

## สารบัญเรื่อง

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
BSTRACT	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(6)
สารบัญเรื่อง	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(11)
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	1
ปัญหาการวิจัย	2
วัตถุประสงค์การวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตการวิจัย	5
ข้อจำกัดในการวิจัย	6
นิยามศัพท์	6
<b>บทที่ 2 การตรวจเอกสาร</b>	7
บทบาทของบุคคลในกระบวนการตัดสินใจ	7
กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค	9
การตัดสินใจของผู้ซื้อ	16
ประเภทของกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค	19
ภาคสรุป	23
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>	24
สถานที่ดำเนินการวิจัย	24
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	25
ตัวแปรและการวัดตัวแปร	26
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29
การทดสอบเครื่องมือ	29

## สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล	30
การวิเคราะห์ข้อมูล	31
ระยะเวลาในการวิจัย	31
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์</b>	<b>32</b>
ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคมของผู้ค้าในการตัดสินใจซื้อไม้ไผ่และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่ (ร้านไข่) จังหวัดเชียงใหม่	32
ตอนที่ 2 การตัดสินใจเลือกซื้อไม้ไผ่และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่ของผู้ค้า (ร้านไข่) จังหวัดเชียงใหม่	37
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ</b>	<b>56</b>
สรุปผลการวิจัย	56
ข้อเสนอแนะ	58
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก	63
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	64
ภาคผนวก ข การทดสอบความเชื่อมั่น (reliability)	72
ภาคผนวก ค ประวัติผู้วิจัย	76

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงมูลค่าการจำหน่ายไม้ไผ่และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้ไผ่ของร้านไข่	4
2	แสดงถึงบทบาทของบุคคลที่มีอยู่ในกระบวนการตัดสินใจ	8
3	จำนวน และร้อยละ ของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตาม ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ และสังคม	35
4	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยของผู้ให้ข้อมูลในขั้นการเล็งเห็นปัญหา และตระหนักถึงความต้องการ	40
5	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยของผู้ให้ข้อมูลในขั้นการแสวงหาข้อมูลก่อน การตัดสินใจ	43
6	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยของผู้ให้ข้อมูลในขั้นการประเมินทางเลือก ก่อนการตัดสินใจ	46
7	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยของผู้ให้ข้อมูลในขั้นการตัดสินใจซื้อ	49
8	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยของผู้ให้ข้อมูลในขั้นการใช้หรือการบริโภค	51
9	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยของผู้ให้ข้อมูลในขั้นการประเมินหลังการ บริโภคหรือใช้สินค้า	53
10	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยของผู้ให้ข้อมูลในขั้นการจัดการกับสิ่งเหลือใช้	55

## สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	ไม้ไผ่และผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ทำจากไม้ไผ่	3
2	กระบวนการตัดสีนใจของผู้บริโภค	10
3	วงจรของกระบวนการตัดสีนใจ	13
4	ขั้นตอนของกระบวนการตัดสีนใจ	14
5	ระดับความซับซ้อนของกระบวนการตัดสีนใจ	20
6	ร้านไม้สาขาช่วงสิงห์	24
7	ร้านไม้สาขาตันทราย	24